



带着“必杀技”全球“抢单”

157家企业征战广交会

奋进 | 工业强市
向2000亿奋进

记者 赵碧莹

“这届秋季广交会，我们的信心比任何一届都足。”10月15日，第136届中国进出口商品交易会（广交会）拉开帷幕，带着新产品、新技术，台州陆霸机电科技有限公司总经理陈剑利早早来到广交会现场，“感觉今年客户是争先恐后要来，广交会开幕之前，就已经有不少老客户提前和我们约了见面时间。”

不单单是陆霸机电，既能够与老客户见面聊，也能凭借优秀的产品和优质的服务吸引更多新客商，汇集全球宾朋、四方来客的广交会，向来是温岭企业必争的战场。今年，温岭共有157家（178家次）企业参加广交会，展位数达462个，其中品牌展位200个，涉及企业40家，参展企业数、展位数、品牌展位数均创历史新高。

诚意上“新” 圈粉全球客商

“广交会一期通常以工业类题材为主，历来是温岭企业‘征战’广交会的重头戏，如钱江摩托、利欧、大元、鑫磊、东音等有实力的企业一向不会缺席。”市商务局相关负责人介绍，广交会一期，温岭共有90家（96家次）企业参展，展位数达248个，其中60%以上是品牌展位，占全市展位总数的53.68%。

创新迭代、提升品质、开拓市场，是这些企业在广交会上同台竞争的“必杀技”。

钱江摩托今年展出的800并列缸的轻拉力摩托车、全新开发的越野车、新款通勤电摩、新款踏板车等产品，吸引了现场不少国际客商的目光。

“从第一天情况来看，现场人流量是比较大的，尤其是东南亚、中东、非洲、南美等地区的客商，对广交会一直都比较重视，希望在广交会上找到更加优质且对路的产品，以及有发展潜力的持久合作伙伴。”钱江摩托相关负责人说。为此，钱江摩托做



广交会上，钱江摩托展位吸引了不少国际客商的目光。（图片由钱江摩托提供）

了充分准备，对于重点客户安排专人对接和专场洽谈，希望通过广交会这个平台，充分展示企业的产品和实力。

“其实不同区域的客户对产品的需求差异是比较大的，像南美、非洲以常规车为主，而欧洲、亚太地区对于中大排量车型的需求不断增长。”这位负责人说，“为了适应不同的市场需求，这几年我们一直致力于开发各种类型的排量、配置，丰富产品线。同时，在电子油门、快排、盲区雷达等新技术上不断突破，提升企业全球竞争力。”

陆霸机电此次带着变频高速深井泵、水浸屏蔽电机深井泵、外置款太阳能泵等六大系列产品“征战”广交会，其中既有老产品，也有新希望。

“我们从2015年就开始专注太阳能泵这一细分赛道，一开始是控制器在外的外置款太阳能泵，产品比较单一。但这几年，我们在产品创新和品质提升上下了很大功夫。”陈剑利说，比如针对丘陵灌溉难题，企业推出了变频高速深井泵。“这款产品的转速达到6000转，扬程突破1000米，这在全球都是少见的。要知道，这类产品的扬程一般只有300米左右。”

今年，陈剑利还推出了水浸屏蔽电机深井泵以及水泵、电机、控制器一体机。“这些新产品都是我们在这次广交会上要重点推广的。”

认可度提升 国货大步向世界

持续不断推出的新产品，为陆霸机电带来了源源不断的新订单、新客户。今年前三季度，陆霸机电产值增长53.2%，其中80%来自于国际市场。

“现在，国外市场对中国制造的认可度越来越高。”陈剑利说，“就像我们一个迪拜的客户，在2015年就认识了，但每次都是广交会上打个招呼就走，从来不下单，因为他代理的都是美国、丹麦、德国等品牌。”去年6月，这个客户给陆霸机电下了85万美元的订单，这是他们的第一次合作。此后，这样的合作就成了常态。“这次广交会也是，他们已经到了广州，早早就约了我们见面，谈明年的合作。”

“迪拜客户态度的转变，就是因为他的客户群体对中国产品的需求越来越大，甚至还有人拿着产品问他们有没有销售。当这样的情况越来越多，他

们的观念转变了，选择和中国企业合作，我们的机会越来越多。”他说。

钱江摩托对此有同感。相关负责人告诉记者，近几年来，浙产摩托车越造越好，全球出口量有较大幅度的增长。钱江摩托一直在深化欧洲市场，开发南美、非洲、东南亚等市场。

2024年，钱江摩托成功开拓22个国家和地区，并建立了销售渠道。企业半年报显示，今年上半年累计出口摩托车12.6万辆，同比增长54.44%，其中250CC及以上排量摩托3.48万辆，同比增长42.77%。

产品本身的竞争力和全球化战略的推进，是钱江摩托整体出口销量增长的主要推动力。近日，钱江摩托还发布公告称，拟出资975万美元，在印度尼西亚新设印尼钱江摩托制造有限公司并新建摩托车生产基地。

“印尼是世界重点摩托车市场之一，基于印尼的市场发展潜力、关税政策、产品本地化要求及公司发展策略等方面综合考量，在印尼建立生产基地，可以有效打通印尼市场渠道，后续还可以辐射到东南亚其他国家。”钱江摩托相关负责人表示。

在学习交流环节，杨桂芬介绍了合作社的发展历程、粮食生产现状以及下阶段规划。“眼下，青年群体专注粮食生产的比较少，希望以后能有更多的年轻人参与到粮食生产

“强国复兴有我”主题观影 铭记历史 砥砺奋进

本报讯（记者王萍）黑漆漆的观影室内，银幕中的战火，映衬得观众的满眶热泪更加闪耀。10月15日下午，在市委宣传部组织开展的庆祝中华人民共和国成立75周年“强国复兴有我”主题观影活动中，我市优秀共产党员及优秀党务工作者、“光荣在党50年”荣誉获得者、道德模范及身边好人、劳动模范、最美家庭等荣誉群体代表集中观影。

活动播放的影片《志愿军：存亡之战》于国庆档上映，是“志愿军”系列的第二部作品。该片讲述了抗美援朝战争中的第三次战役到第五次战役，重点聚焦抗美援朝历史上一次以少胜多的艰险苦战——铁原阻击战。从上层战略指导，到战士的浴血奋战，电影从多个角度向观众展现这段峥嵘岁月。影片中志愿军战士们奋起冲锋、近战肉搏、疯狂轰炸、地道突袭等战斗场面，令人仿佛置身战场，引发共鸣。不少观众被战士们英勇无畏的精神点燃，热泪盈眶。

“我是边看边流泪的，影片的内容和传达的情感，深深刻在我心中。”两个多小时的影片结束后，市少先队终身总辅导员——94岁

高龄的俞明德老先生分享了他的观影感受，“我们今天的幸福生活来之不易，做少先队工作时，我们要像影片中塑造的场景那样去教育下一代，让我们讲述的内容、情感更丰富更饱满，孩子们才会真正懂得战士们的付出和牺牲，懂得珍惜当下的生活。”

“影片中，由一朵干花带来的‘好日子’的味道，令人印象深刻。”市爱心园艺负责人、最美家庭代表王媛萍说，“志愿军战士的英勇无畏让我意识到，应该倍加珍惜来之不易的幸福生活，勤奋工作，坚持学习，为实现中华民族伟大复兴贡献自己的力量。”

“向中国人民志愿军致敬！”市公安局刑事侦查大队法医、省劳动模范金吉在观影后表示，影片不仅让人热血沸腾，更让人深思和平的可贵。“我们幸运地出生在和平年代的中国，我们所经历的太平盛世正是来自无数英雄的默默付出和奉献。”

此次集中观影，是市主题观影活动的一部分。此前，市市结合“银幕”点亮礼堂计划，推出一系列农村公益电影放映活动。今年以来，已累计在全市554家农村文化礼堂、35家社区文化家园放映主题影片4937场次。

“世界粮食日”主题宣传 青年助力粮安 点亮乡村振兴

本报讯（记者彭佳妮 通讯员蒋友彬）2024年10月16日是第44个“世界粮食日”。当天上午，石桥头镇组织青年学习小组成员来到辖区内的田间地头与粮食加工厂，开展以“守牢粮食安全底线 推进乡村全面振兴”为主题的学习交流活动，以此加深大家对粮食安全问题的认识。

石桥头镇青年学习小组成员走进市柯宸粮食专业合作社参观学习。合作社负责人杨桂芬领着大家来到田间地头，观察今年水稻的生长情况，分享丰收的喜悦。随后，一行人参观了从稻谷收割到成品米包装的各个环节，感受农业机械化生产的魅力。

在学习交流环节，杨桂芬介绍了合作社的发展历程、粮食生产现状以及下阶段规划。“眼下，青年群体专注粮食生产的比较少，希望以后能有更多的年轻人参与到粮食生产

中。”杨桂芬还向石桥头镇青年学习小组成员倾诉了自己的心声。石桥头镇青年学习小组负责人回应了她的诉求。

“要通过规模化、机械化的粮食生产，来提高种粮户的经济效益，这样才能守住粮食安全的底线。”“新时代背景下，新型农民更要善于经营，诚信经营。”……期间，石桥头镇青年学习小组成员还围绕种粮补贴、金融服务等方面开展了交流。

石桥头镇青年学习小组领头人、石桥头镇党委委员蔡文永认为，要进一步加强粮食品质管控，提升农副产品的品质，通过申报区域农产品地理标志，打造生态有机农业品牌，提升现代农业的综合竞争力，带动乡村共同富裕。“希望以此为契机，理论结合实际，提高青年对粮食安全重要性的认识，提高他们参与乡村振兴的热情。”蔡文永说道。

新分类 新时尚 >>

代表浙江“出战”垃圾分类宣讲赛 温岭达人捧回全国“双奖”

本报讯（记者赵云 通讯员郑秋萍）日前，2024全国城市生活垃圾分类“达人说”总决赛在江苏南京举行。代表我省参赛的分类讲师林小刚获得最佳风采奖和优秀参与奖。

全国文明城市生活垃圾分类“达人说”活动由住房和城乡建设部主办，经过4个月的激烈角逐，共有来自全国的32名选手进入总决赛。人选手均为深耕一线街道社区党组织书记、物业人员、分类讲师、公益志愿者和热心市民等垃圾分类达人。

林小刚是我市的一名教师，也是台州市第一批垃圾分类精英讲师。2018年，我市垃圾分类工作起步，他负责全市教育系统垃圾分类工作，推动全市142所中小学全面铺开垃圾分类工作。

在工作的温岭三小，林小刚推动建设了拉风宣教广场，开发了“拉风舒尔特”“拉风手脚协调”等游戏，组织团队开展拉风

校本课程开发，并获评2023年台州市精品课程。作为一名宣讲员，他走进学校、走进社区、走进垃圾焚烧发电厂，开展垃圾分类主题讲座，取得了非常好的教育效果。他还被台州市“拉风说”宣讲项目吸收为成员，与其他讲师共同为台州各地送去垃圾分类宣传。

作为垃圾分类的实践者，林小刚在家庭中开展垃圾分类，从自身做起，其家庭获评台州市拉风家庭。他连续两次作为台州市代表队的成员，参加浙江省垃圾分类比赛，分别获得省第一、第二。

这次参加全国城市生活垃圾分类“达人说”总决赛，林小刚和儿子一起分享了自己家的拉风故事。“非常荣幸能够代表浙江省参加全国比赛，通过宣讲把温岭和台州的拉风故事讲给全国的朋友听，我觉得非常意义。”林小刚说道。

数字经济成为童鞋品牌建设新动能

成立不到1年，城北这家企业定下目标：突破3个亿

本报讯（通讯员梁伟伟 洪陈优 台传媒记者张笑川雨）近日，长三角区域数字广告一体化发展工作现场交流会在温岭召开。成立不到1年的利城品牌供应链管理有限公司（以下简称“利城”）作为新锐企业脱颖而出，成为这场省级会议的3个观摩点之一。

凭啥？答案是数实融合推动童鞋产业高质量发展。

温岭鞋业历经40余年发展，已构建起区域特色产业集群，年产量超过4亿双，年产值达100多亿元。作为“中国童鞋之乡”的城北街道，童鞋产业更是其中的佼佼者。但品牌影响力的缺乏，一直是城北童鞋产业发展的痛点，童鞋产品在消费者心中的品牌感知力不强，摆脱“低端品牌”的标签仍需时间和契机。

利城精准捕捉到了这个痛点。利城以国际IP生态商业运营推动童鞋产销一体化，实现了从生产到仓储再到线上数字销售的全流程。

在利城公司4楼，650平方米的明亮展厅里，迪士尼Disney、冰雪奇缘、Hello Kitty、库洛米、史努比等官方授权的品牌童鞋琳琅满目。

“公司销售的迪士尼品牌童鞋主要由全市范围优质童鞋企业代工生产，每一双都有‘新品码’，扫一扫就能看到质检报告。”利城负责人毛丹钢随手拿起一双童鞋，介绍道。

利城现有30多家合作企业，接下去还将和足友、几米熊、比迪等城北明星童鞋企业对接，利用自身“品牌有价值、达人有流

量、产业有优势”的平台特色，帮助校园鞋、儿童机能鞋、儿童智能定位鞋等拳头产品打响知名度，实现销售增长和市场拓展。“希望通过我们这个平台，带动一批温岭本土企业共同打造‘品牌鞋 温岭造’这张名片，让温岭鞋走出去。”毛丹钢说。

利城的主要销售渠道是电商与线下商超联盟，包括直播电商和货架电商。国庆长假期间，毛丹钢还带领团队飞往印尼洽谈合作，他们把城北童鞋品牌带到海外，希望能开拓更多国际市场的销售渠道。

“今年力争销售收入突破3个亿。”毛丹钢定下这个“小目标”，是有底气的。目前，利城的研发、销售、供应、售后服务已经处于成熟状态，近1万平方米

的溯源仓库为销售前端提供了坚强的后盾，溯源仓库货值近1亿元，日出单近5万单。

作为城北街道电商培育基地、共富工坊和温岭市级品牌培育基地，利城还专门组建了专业运营团队来培育优质主播、创建自有品牌，帮助群众就业致富、企业增收。

“数字经济和实体经济深度融合是发展大势。我们希望以利城品牌供应链为发力点，充分发挥数字商贸新业态党建联建作用，因地制宜推动数字广告高质量发展多点开花，让数字经济成为童鞋品牌建设、新质生产力培育的新动能，加快童鞋产业从劳动密集型向智能化制造驱动跃迁。”城北街道相关负责人表示。

10天1000公里！
温岭人“大力”再夺极限冠军

详见第三版 >>



470年的传承文化
怕上火 吃高橙

扫码购买